



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian pembahasan dan analisis, penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Beberapa strategis yang dilakukan oleh pedagang di pasar Baru Sipolu-Polu dalam meningkatkan produk yang diperjual belikan yaitu: Menjaga kualitas barang(kebersihan) seperti menjaga kehalalan produk yang baik, sehat dan bersih, meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang kompeten dan lebih ramah serta menghargai dan memberikan penghargaan kepada pelanggan lama, menerapkan prinsip kejujuran (keseimbangan alat) dalam menimbang, mengukur dan menghitung. Proses ini dibuat transparan dengan dukungan langsung dari pembeli sehingga terciptanya kepercayaan di antara pelanggan.
2. Pasar Baru berpotensi meningkatkan perekonomian masyarakat. Potensi pasar Baru yang pertama harga lebih murah, kedua produk yang lebih bervariasi, ketiga, waktu dan lokasi yang strategis. Selain itu, faktor lain yang mendukung adalah adanya perhatian pemerintah daerah yaitu pertama, adanya pengawasan harga. Kedua, mencegah penipuan di pasar seperti masalah kecurangan dalam timbangan dan ukuran. Ketiga, mencegah penjual barang yang rusak, serta tindakan-tindakan yang merusak moral. Dengan memaksimalkan potensi yang ada di pasar Baru ini dapat meningkatkan pendapatan pedagang dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat Panyabungan. Mewujudkan kemandirian baik individu maupun dengan melakukan kegiatan produktif untuk mencapai yang di inginkan.
3. Secara umum perilaku ekonomi pedagang di pasar Baru baik dari segi barang dagang yang dijual telah sesuai prinsip syariat Islam yaitu, menghindari riba dan gharar, menjaga kebersihan barang dagangan dan menjaga kepercayaan pelanggan.

B. Saran

55

Adapun saran yang penulis beril

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat melindungi keberadaan pasar ini yang menjadi salah satu sumber ekonomi masyarakat, dan terus

melakukan pembaharuan untuk kenyamanan pembeli dan juga untuk meningkatkan pendapatan para pedagang.

2. Serta diharapkan kepada pedagang menjunjung tinggi nilai Islam yang telah ditetapkan dan didorong untuk selalu menjaga kebersihan produknya agar produk yang dijual terjangkau kehalalannya. Serta pasar tidak menjadi tanggung jawab satu orang tetapi semua pihak yang melakukan kegiatan jual beli di pasar tersebut harus merasa mempunyai tanggung jawab dalam menjaga keadilan, kedamaian, dan juga kebersihan sekitar.



DAFTAR PUSTAKA

Alquran Dan Terjemahan

Ahmad “*Potensi Pasar Tradisional Bagi Masyarakat Di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar*”, Jurnal Spasial, STKIP PGRI Sumatera Barat.

Amiruddin, (2014). *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Makassar : Alaudin Unuversity Press

Boediono, (2015) *Ekonomi Mikro*, yogyakarta: BPFPE.

Dewi Fatmasari. “ *Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemonia Pasar Moderen*” jurnal kajian ekonomi dan perbankan syariah (perencanaan wilayah dan kota), Vol.5, No 2, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Indrawan Yunus (2011) *potensi pasar tradisional pengelolaan pada pasar Surya Surabaya (cabang utara)* dalam mendukung program revitalasi.

J.Moleong Lexy, (2009.)” *Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung PT Remaja Rosdakarya.

Juliyani, Erli. (2016). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Umum Qura Vol VIII. No. 1 Maret, 63.

Karim, Adiwarman. (2003). *Ekonomi Mikiro Islam Edisi Kedu*, IIT Indonesia, Jakarta.

Kusuma, AA Gde Agung Artha, (2013) *Analisis Potensi Pasar Moderen Di Kota Denpasar Dan Kabupaten Bandung*.

Malano, Herman. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada.

M.Ilmansyah Eddy. (2014) “ *Peran Pasar Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pelaku Usaha (Studi Kasus Pada Totko Sepatu Amigo Pasar Sentral ,Medan)*” Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan.

Muhammad. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* Yogyakarta: Graha ilmu, 1.

Mukhiqom, Iqom.(2014). *Konsep Pasar Tradisional Menurut Islam (Studi Kasus Terhadap (Implementasi Pasar Tradisional Syaria'ah Az Zaitun 1 Surabaya Perspektif Hukum Islam)*, Tesis Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Muslic. (2007). *Bisnis syariah*. Yogyakarta: UPPM STIM YKPM.
- Mustafa Nasution, Edwin dkk .(2006), *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: kencana,16.
- Munazzar, Dkk.(2020). *Analisa Pengaruh Sosial Ekonomi Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Induk Lamboro Kabupaten Aceh Besar*. Jurnal Humaniora 6,62-69
- Nazaruddin. (2013). *Fiqih Muamalah*, Yogyakarta : Idea Sejahtera, 92.
- Nikmatul Maskuroh, (2019). “*Potensi Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam*” Skripsi. Metro: IAIN Metro.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam P3EI (2011), *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Republik Indonesia, Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 20 Th.2012 Bab II, *Pasal 4*.
- Sadono Sukirno, (2015) *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R & D*, Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. (2014) “*Metodologi Penelitian kuantitatif,kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta. CV .
- Sueharto, Edi. (2010). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat*, Bandung: PT. Rekan Aditama
- Susanto,R.Y. (2018). “*Potensi Pasar Tradiisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang*”, Jurnal ilmu manajemen dan akutansi.
- Widhianto, Wisnu Dan Mardwi Rahdriawan, (2013). *Peran Pasar Boja Terhadap Kondisi Perekonomian Wilayah Sekitar (Studi Kasus Pasar Boja Kecamatan Boja)*, jurnal teknik PWK (*Perencanaan Wilayah Dan Kota*)
- Zainal Arifin. (2012). *penelitian pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.